



Türkiye’de Sigara Tüketimi Üzerinde Fiyatların, Nüfusun ve İşsizliğin Etkileri: 1990-2019 Dönemi

The Effects of Prices, Population and Unemployment on Cigarette Consumption in Turkey: The 1990-2019 Period

Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU¹, Doktora Öğrencisi Muhammed Sami AKKUŞ²

Öz

Sigara kullanımının giderek yaygınlaşması ve ülkeler için önemli bir sorun teşkil etmesi, hükümetlerin, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşların bir takım mali ve sosyal tedbirler almasına neden olmuştur/olmaktadır. Ülkelerin sağlık altyapısı ne kadar güçlü, sosyal ve siyasal tedbirler ne kadar katı olursa olsun sigara kullanımının azaltılmasında en önemli unsur elbette bireylerin bilinç olmasıdır. Dünyanın en karlı sektörleri arasında yer alan sigara üretimi ve ticareti her geçen gün daha ileri üretim ve pazarlama teknikleri kullanmaktadır. Bu çalışmada, 1990-2019 yılları arasında Türkiye’de sigara fiyatlarının artırılmasının sigara tüketimini ne yönde etkilediği, işsizlik ve nüfus artışı ile sigara tüketimi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Elde edilen veriler arasında nedensellik ilişkisinin varlığı, Granger nedensellik testiyle incelenmiş olup eş bütünleşme ilişkisinin varlığı ise, Johansen eş bütünleşme testi ile analiz edilmiştir. Çalışma bulgularına göre işsizlik ve nüfus artışının sigara tüketimini artırdığı, sigara fiyatlarının (vergilerin) artırılmasının ise sigara tüketimini azalttığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Özel tüketim vergisi, sigara tüketimi, sigara fiyatları, nüfus, tüketim, işsizlik, vergi

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The increasing prevalence of smoking and the fact that it poses an important problem for countries causes governments, national and international institutions and organizations to take some financial and social measures. No matter how strong the health infrastructure of the countries and how strict the social and political measures are, the most important factor in reducing smoking is the awareness of individuals. Cigarette production and trade, which is among the most profitable sectors of the world, uses more advanced production and marketing techniques every day. In this study, between the years of 1990-2019 in Turkey, in what direction it affects the increasing the consumption of cigarette prices, unemployment and population growth have investigated the relationship between cigarette consumption. The existence of a causality relationship among the obtained data was examined with the Granger causality test, and the existence of a cointegration relationship was analyzed with the Johansen cointegration test. According to the findings of the study, it was determined that unemployment and population growth increased cigarette consumption, while increasing cigarette prices (taxes) decreased cigarette consumption.

Keywords: Special consumption tax, cigarette consumption, cigarette prices, population, consumption, unemployment, tax

Paper Type: Research

Giriş

Tütünün bazı teknik işlemlerden geçirilerek özel bir kâğıda sarılması suretiyle elde edilen sigara, dünya genelinde kişilerin sağlığını tehdit etmekte ve bireylerde yüksek derecede bağımlılık yapmaktadır. Sigara, her ne kadar ekonomiler için yüksek getirisi olan bir üretim

¹Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, fpehlivanoglu@kocaeli.edu.tr

²Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sami.akkus@kocaeli.edu.tr

Atf için (to cite): Pehlivanoglu, F., ve Akkuş, M. S. (2022). Türkiye’de sigara tüketimi üzerinde fiyatların, nüfusun ve işsizliğin etkileri: 1990-2019 dönemi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 538-552.

malı olsa da toplum sağlığını koruma ve sağlık hizmeti sunma görevi olan devletler, toplumdaki sigara kullanımını azaltmak için sosyolojik, mali ve yasal tedbirler almaktadır. Devletler tarafından sigara kullanımını azaltıcı tedbirler kapsamında; sigarayı bırakma merkezlerinin kurulması, toplumsal bilinci artırıcı kamu spotlarının hazırlanması, sigara kaynaklı hastalıkların tedavisi için ihtisas hastanelerinin açılması, sigara fiyatlarının düzenlenerek sigara reklamlarına yasaklar getirilmesi ve 18 yaşından küçüklere sigara satışının yasaklanması gibi tedbirlere rağmen sigara tüketimi, toplumlara her yıl 2 trilyon dolara (satın alma gücü paritesi bağlamında) mal olurken düzenli kullananların yarısından fazlasının da ölümüne neden olmaktadır (Tobacco Atlas, 2018: 10).

Sigara üretimi, pazarlanması ve tüketiciler tarafından kullanılması toplumlarda ekonomik ve sosyal bazı etki ve sonuçlar doğurmaktadır. Sigaranın hammaddesi olan tütün kullanımının artmasına paralel olarak sigara üreten firmaların da ekonomik büyüklükleri ve pazar payları ile paralel bir şekilde sigaraya bağlı hastalıklar ve özellikle kanser hastalığı sayısında her geçen yıl artışlar ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden sigaranın neden olduğu hastalıkların tedavisi için devlet bütçelerinde her yıl daha fazla payın ayrılmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla, sigara bir taraftan devletler için önemli bir gelir getirici mal olmasının yanı sıra devletlerin sigaranın tüketiminden sağlanan getiriden daha fazla kamu harcamaları (*sağlık harcamaları vb.*) yapmalarına yol açmaktadır (Newhouse, 1977: 118).

Sigara içenlerin beraberinde bulunan kişilerin de pasif içici oldukları, en az sigara içenler kadar etkilendikleri bilinmektedir. Sigara sektörü bir taraftan vergi geliri ve istihdam sağlarken diğer taraftan sağlık harcamalarını artırıcı bir etki göstermektedir. Sigara içen kişilerin daha fazla sağlık hizmeti talep etmesine karşın, devletlerin sağlık hizmetlerinin finansmanını yoğun olarak sigara tüketmeyen kişiler tarafından sağlanmasına neden olmaktadır. Bu durumda sigara içenlerin aldıkları hizmetleri sigara kullanmayan bireylerin sübvansede ettiği söylenebilir (Sissosko, 2002:91). Sağlığa ve topluma zararlı olduğu kanıtlanan sigara ile bireylerin gelir düzeyleri ve eğitim seviyeleri arasındaki nedensellik bağı çok sayıda akademik çalışmaya konu edilmiştir.

Bu çalışmada, 1990-2019 yılları arasında Türkiye’de işsizlik düzeyinin, 15 yaş üstü nüfus artışının ve sigara fiyatlarındaki değişimlerin, sigara tüketim alışkanlıklarını hangi yönde etkilediği araştırılmış olup, sigara tüketimi ile onu etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak test edilmiştir.

1. Sigara Tüketimi

1.1. Dünya Geneli Sigara Tüketimi

Ekonomik büyüme ve teknolojik gelişmeye dayalı refah artışı, toplumsal tercihler ile talep yapısını dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Bu bağlamda toplumsal gelir düzeyindeki meydana gelen artış, temel gereksinimleri giderdikten sonraki süreçte bireylerin tüketim kalıbının zevk ve tercihlere göre şekillenmesini sağlamaktadır (Sağlam ve Seymen, 2016:550). Bu bağlamda sigara, dünya genelinde temel gereksinimlerden sonra en çok tercih edilen ve tüketime konu olan mallardan bir tanesi konumundadır. 1,40 milyarlık nüfusa sahip olan ve nüfusunun tüketim kalıplarının talep yapısını şekillendirdiği Çin, hem sigara fiyatları üzerine uygulanan vergi oranında hem de dünya sigara tüketiminde ilk sırada yer almaktadır (Daniel ve Johnny, 2018).

Kullanımıyla toplum sağlığını olumsuz etkileyen, sonuçları itibariyle de ekonomik ve sosyal bir maliyete sahip olan sigaranın dünya genelinde 1 milyarı aşkın tüketicisi bulunduğu tahmin edilmektedir. Sigara tüketen kişilerin nicel artışı, ülke nüfuslarının artışına paralel bir biçimde ve sürekli olarak artış kaydetmektedir (WHO, 2021b:69). Benzer bir artış, her yıl 8 milyondan fazla insanın sigaraya bağlı sağlık sorunları nedeniyle hayatını kaybetmesinde de karşımıza çıkmaktadır. Sigara kullanımını düşük ve orta gelirli ülkelerde genel itibariyle artmakta, bu duruma neden olarakta sigara firmalarının satış hedeflerine yönelik olarak etkin bir

pazarlama kabiliyetine sahip olmaları gösterilmektedir (Center For Disease Control and Prevention, 2022).

2021 yılı sigara tüketiminin en yüksek olduğu ülkeler sırasıyla Nauru (%52.10), Kiribati (%52.00), Tuvalu (%48.70), Myanmar (%45.50), Şili (%44.70), Lübnan (%42.60), Sırbistan (%40.60), Bangladeş (%39.10), Yunanistan (%39.10) ve Bulgaristan (%38.90)'dır. Listede Türkiye 29.'uncu sırada yer almaktadır (WHO, 2021a, s. 148). Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan araştırmaya göre dünya genelinde 13-15 yaş aralığında sigara kullanan erkeklerin sayısı yaklaşık 26 milyon, kızların sayısı ise yaklaşık 14 milyon civarındadır. Böylece sigara sektörünün dünya genelinde yaklaşık 40 ila 50 milyon kişilik tüketicisinin bulunduğu ve bu sayının her geçen yıl arttığı tespit edilmiştir (The Tobacco Atlas, 2016).

Tablo 1. Ülkelerin kişi başı sigara tüketimi bazında nüfus, insani gelişim endeksi ve kişi başı milli gelir düzeyleri

S. No	Ülkeler	Nüfus (2017)	Kişi Başı Sigara Tüketim (2016)	Kişi Başı MG (\$) (2017)	İGE Endeksi (2017)	İGE Sınıfı
1	Belarus	9.507.875	2.911	5.726	0,81	Çok Yüksek
2	Belçika	11.372.068	2.441	43.323	0,92	Çok Yüksek
3	Çek Cumh.	10.591.323	2.428	20.368	0,89	Çok Yüksek
4	Ürdün	9.702.353	2.306	4.129	0,74	Yüksek
5	Rusya	144.495.044	2.295	10.743	0,82	Çok Yüksek
8	Çin	1.386.395.000	2.043	8.826	0,75	Yüksek
9	Kazakistan	18.037.646	1.801	8.837	0,8	Çok Yüksek
10	Türkiye	80.745.020	1.771	10.597	0,79	Yüksek
11	Endonezya	263.991.379	1.675	3.846	0,69	Orta
13	Almanya	82.695.000	1.600	44.469	0,94	Çok Yüksek
20	Mısır	97.553.151	1.449	2.412	0,7	Orta
25	Fransa	67.118.648	1.090	38.476	0,9	Çok Yüksek
29	ABD	325.719.178	1.017	59.531	0,92	Çok Yüksek
30	İngiltere	66.022.273	828	39.720	0,92	Çok Yüksek

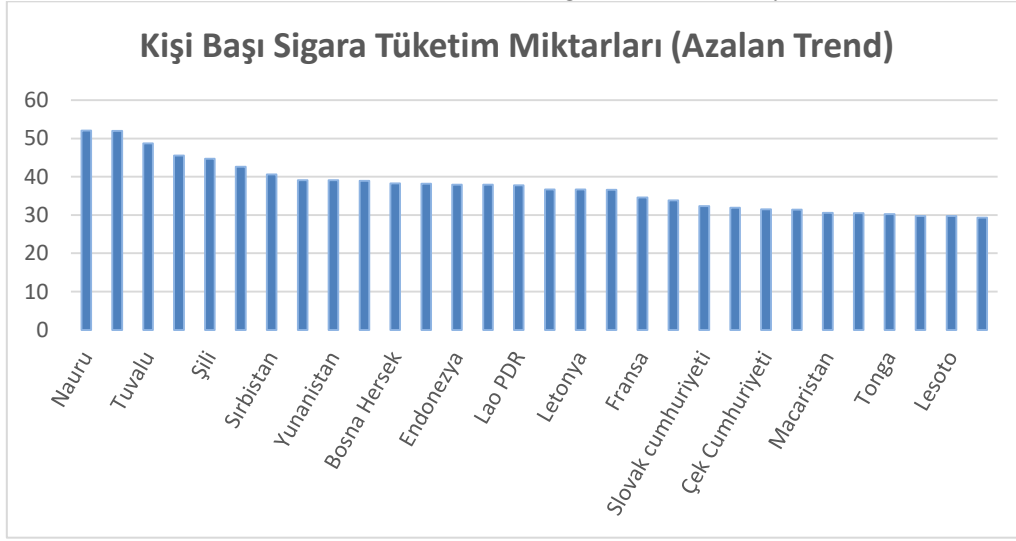
Kaynak: UNDP 2018, Worldbank 2018, Tobacco Atlas 2018

Dünya genelinde sigara ve alkol gibi alışkanlıkların tüketim miktarının gelir ve insani gelişim düzeyinden bağımsız bir biçimde şekillendiği tablo-1'den görülebilmektedir. Yüksek gelir düzeyi ve çok yüksek insani gelişim endeksine sahip Belçika'nın dünya genelinde kişi başı sigara tüketiminde önde gelen ülkelerden olması bu durumu örneklemektedir. Aynı şekilde gelir düzeyi düşük, insani gelişim endeksinin orta düzeyde olduğu Endonezya ve Mısır gibi ülkelerde de kişi başı tüketim miktarının yüksek olması da, sigara, tütün vb. tüketiminin farklı koşullar tarafından şekillendiğini göstermektedir.

İnsani gelişim endeksi, kişi başı milli gelir ve sigara tüketim miktarları karşılaştırıldığında ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ile nüfus yoğunluğunun tüketimi etkilediği görülebilmektedir. Bu şekildeki bir durum gelişmekte olan ülkelerin yasal, sosyal ve mali nitelikteki düzenlemelerden yoksun olmaları nedeniyle, sigara ve/veya tütün imalatı yapan çokuluslu firmaların satış ve pazarlama kapasitelerini geliştirmek ve bu ülkelerdeki nüfus miktarının yüksek oluşundan yararlanmak suretiyle karlılıklarını artırmaya çalışmaları neticesinde ortaya çıkmaktadır. Buna karşın gelişmiş ülkelerde ise, sigara firmalarının pazar paylarını korumak adına giriştikleri kampanya, planlama ve karlılık artırma politikalarına karşılık gelişmiş ülke yönetimlerince yürütülen çalışmaların etkinliği gelişmiş ülkelerdeki sigara tüketim miktarlarını sınırlandırmaktadır. Sigarayı bırakturma programlarının yaygın olarak uygulanması, toplumsal öğrenme ve bilincin oluşumu ile hukuki, sosyal ve idari düzenlemelerin

varlığı sigara tüketim miktarlarını azaltıcı yönde sonuçlar doğurmaktadır (İkinci ve Akdur, 2014:17).

Grafik 1. Ülkelerin kişi başı sigara tüketim düzeyleri



Kaynak: Worldbank 2018, Tobacco Atlas 2018

Grafik-1’de görüldüğü gibi dünya genelinde yoğun olarak sigara tüketen kişilerin az gelişmiş ve/veya gelişmekte olan ülkelerde yaşadıkları söylenebilir. Çeşitli çalışmalarda sigara fiyatlarını artıran vergi düzenlemelerinin (artışının), bireylerin sigara tüketim miktarını etkilemediği, buna karşılık tüketim miktarındaki gerilemenin gelir ve eğitim düzeyi, toplumsal bilinç, sağlık reformları ile refah seviyesinin yükselmesine bağlı olduğu ve bu argümanların doğrudan sigara tüketimini azaltıcı yönde etki gösterdiği tespit edilmiştir (Çetin ve Özkan, 2018:284).

1.2. Türkiye’de Sigara Tüketiminin Analizi

Sigara tüketimi Türkiye’de geleneksel hale gelmiş adeta Türk kimliğiyle bağdaşır bir özellik kazanmıştır. OECD 2016 yılı sigara kullanım verilerine göre 15 yaşın üzerinde sigara içen erkeklerin oranının %40,1; bayanların oranının ise %13,3 olduğu tespit edilmiştir (OECD, 2016). Türkiye’deki sigara tüketiminin bireylerin yaşlarına oranları Tablo-4’teki gibidir:

Tablo 2. Türkiye’de sigara içenlerin yaş ve cinsiyete göre oranları

Yaş	Erkek	Bayan	Nüfus
10 Yaş ve Altı	%5,60	% 1,50	%4,50
10- 14	%26,30	% 14,90	%23,10
15- 19	%47,30	%48,90	%47,80
20- 24	%15,50	%20,20	%16,80
25- 29	%3,50	%6,70	%4,40
30- 34	%0,70	%3,80	%1,50
35 Yaş ve Üstü	%1,10	%4,00	%1,90
Toplam	% 100,00	% 100,00	% 100,00

Kaynak:World Bank, 2017

Türkiye’de sigara kullanan bireyler yaş kriterine göre değerlendirildiğinde; 15 yaş altında sigara içenlerin toplam nüfusa oranının % 27,6 olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de en fazla sigara içen yaş grubunun ise 15-19 yaş aralığındaki bireyler olduğu, sigara içenlerin 25 yaşından itibaren sigara kullanımlarının azalış trendine girdiği söylenebilir. Dikkat çeken diğer bir husus ise, 15-19 yaş grubu aralığında yer alan kadınların sigara kullanma oranlarının erkeklerden daha fazla olmasıdır.

Türkiye’de sigaraya başlama ya da sigara ile tanışma yaşının 10 yaş altına düştüğü tespit edilmiştir (Özcebe,2008:8). Ortaokul çağlarındaki çocukların sigaraya başlama nedenleri arasında, yakın arkadaş ile anne-baba, kardeş ya da öğretmenlerini örnek alması, düşük sosyoekonomik düzey, daha modern görünme isteği, kaygıyı giderme isteği, düşük okul başarısı ve kendilerini çevrelerine kanıtlama güduları sayılabilmektedir (Atak,2011:30). Yapılan araştırmalar neticesinde kronik rahatsızlıklara yol açan etmenlerin, çocukluk evrelerine ve daha da öncesine kadar gittiği saptanmıştır (Geistl, 2004:).

Sigara ve türevlerinin toplumun tüm kesimlerinin sağlığı üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı olarak çok sayıda olumsuz etkileri bulunmaktadır. Günde dört adetten az sigara içenlerde kansere yakalanma riski beş kat fazla iken, on adet ve fazlasını içenlerde yirmi kat artmaktadır. Yapılan araştırmalara göre günlük içilen sigaraya eklenen her bir sigara kanser olma riskini %7 oranında artırmaktadır (Türk Toraks Derneği, 2018).

Sigaranın hem sağlık hem de ekonomi için olumsuz etkilerinin bertaraf edilmesi, tüketimin azaltılması ve gelecek nesillerin daha sağlıklı bir çevrede yaşamaları amacıyla çıkarılan; 26.11.1996 tarih ve 22829 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanunun (TÜZKHK) 3. Maddesinde 03.01.2008 tarihinde yapılan değişiklikler, Türkiye için önemli bir dönüm noktasıdır. Türkiye’nin sigarayla ilgili attığı adımların en önemlisi olarak kabul edilen söz konusu yasal düzenlemelerin en başta gelen amacı toplumsal bazda sigara tüketimini azaltmaktır. Sigara tüketimini azaltmak ve sigara kaynaklı hastalıkları en aza indirmek amaçlı tedbir ve yasaklamalar, Dünya Sağlık Örgütü’nce (DSÖ) önerilen tedbir ve yasaklarla da örtüşmektedir (TÜZKH Kanunu, 1996: m.3).

Adı geçen kanuna göre sigara üreten firmaların isim ve markalarının reklamlara konu edilmesi kanunla yasaklanmıştır. Ayrıca sigara ve tütün ürünlerinin firmalara ait araçlarda, çeşitli kıyafet, takı ve aksesuarlarda kullanılması da yasak kapsamına alınmıştır. Firmalar, tüketicilere sigara tüketimini teşvik amaçlı hediye, eşantıyon vb. ürün dağıtamamakta, basın yayın organlarında dizi, film ve müzik kliplerinde tanıtımlar yapamamakta ayrıca hastane, okul ve kültür-spor tesislerinde tütün ürünlerinin satışı yapılamamaktadır. Yasal düzenlemelere göre 18 yaşından küçükler tütün ve sigara sektöründe çalışmaz ve bu kişilere her ne amaçla olursa olsun sigara satışı yapılamaz. Tütün ürünleri, satış belgesi olmaksızın ve satış belgesinde belirtilen yerin dışında, dışarıdan görülecek şekilde satışa sunulamaz. Paketi açılmış şekilde ya da adet olarak satılamayan sigara, şeker, oyuncak, sakız, kıyafet ve takılara benzeyecek şekilde üretilemez ve piyasaya sunulamaz.

Kanuni engellemelerin yanı sıra sigara tüketimini azaltmanın bir diğer yolu da sigara fiyatlarının artırılmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü’ne (DSÖ) göre sigara üzerine konan vergiler özellikle genç ve yoksul kesimlerde tütün kullanımını azaltmanın en uygun yoludur. DSÖ tarafından yapılan araştırmalara göre, sigara fiyatlarını %10 artıran bir vergi artışı yüksek gelirli ülkelerde yaklaşık %4, düşük ve orta gelirli ülkelerde ise yaklaşık % 5 oranında sigara kullanımını azaltıcı etki göstermektedir (DSÖ, 2017).

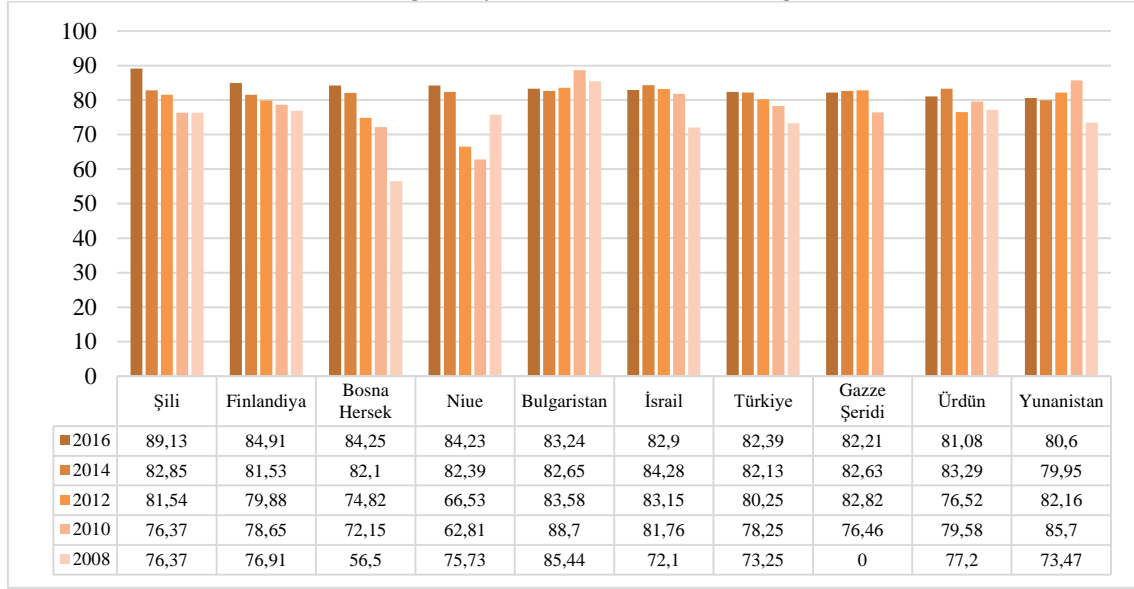
Bu bağlamda, ülkeler sigara fiyatlarını vergi yolu ile kontrol etmekte ve sigara kullanımını sınırlandırılması için vergi oranlarını belirli aralıklarla değiştirmektedirler. Ülkeler için fayda-maliyet analizi çerçevesinde ele alınan sigara üzerindeki vergiler, genel bütçe gelirleri içerisinde değerlendirilmekte ve hazine geliri olarak kaydedilmektedir. Aşağıda Tablo 3’te ülkeler bazında karşılaştırmalı vergi oranları yer almaktadır. 2016 yılı baz alındığında sigara fiyatları üzerinden en yüksek vergi alan ülke % 89,13 ile Şili’dir. İkinci sırada % 84,91 ile Finlandiya, üçüncü sırada ise % 84,25 ile Bosna Hersek yer almaktadır. Türkiye ise bu alanda % 82,39 vergi oranı ile yedinci sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Ortalama sigara fiyatı üzerinden en çok vergi alan ülkeler

Sıra No	Ülkeler	2016	2014	2012	2010	2008
		Kümülatif Vergi Oranı (%)				
1	Şili	89,13	82,85	81,54	76,37	76,37
2	Finlandiya	84,91	81,53	79,88	78,65	76,91
3	Bosna Hersek	84,25	82,10	74,82	72,15	56,50
4	Niue	84,23	82,39	66,53	62,81	75,73
5	Bulgaristan	83,24	82,65	83,58	88,70	85,44
6	İsrail	82,90	84,28	83,15	81,76	72,10
7	Türkiye	82,39	82,13	80,25	78,25	73,25
8	Gazze Şeridi	82,21	82,63	82,82	76,46	...
9	Ürdün	81,08	83,29	76,52	79,58	77,20
10	Yunanistan	80,60	79,95	82,16	85,70	73,47

Kaynak: DSÖ, 2017

Grafik 2. Ortalama sigara fiyatı üzerinden en çok vergi alan ilk 10 ülke



Kaynak: DSÖ, 2017

Dünya Sağlık Örgütü’ne göre sigara üzerindeki vergilerin en az yüzde 75’inin nispi vergilerden oluşması gerektiği belirtilmiş bu oran OECD ülkelerinde ortalama % 74,86, Türkiye’de ise % 63 olarak tespit edilmiştir. Türkiye’de sigara fiyatları; 1 adet sigaranın üretim maliyeti (x20 Adet), sigara satışında kullanılan karton paketin maliyeti, üretici firma kârının toplanması ile bulunacak tutara Özel Tüketim Vergisi hesaplanması ve eklenmesi, nihayet söz konusu bu kümülatif tutarlara Katma Değer Vergisinin de eklenmesi suretiyle belirlenmektedir. Üretim maliyetleri ile vergi oranları kıyaslandığında yasal oran ve tutarlar sigara fiyatlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda Türkiye’de sigara fiyatının yaklaşık % 85’i söz konusu vergilerin toplamından oluşturulmuştur.

2. Türkiye’de Sigara Üzerindeki Vergi Oranları ve Sigara Fiyatlarına Yansıması

Sigaraya olan talebin düşürülmesi ve bireylerin sigara içmelerinin önüne geçilmesi gibi nedenlerle sigara fiyatları, maktu ve nispi vergiler kullanılarak yükseltilmektedir. Bu noktada yasal mevzuat çerçevesinde Türkiye’de sigara fiyatları üzerindeki vergilerin belirlenmesinde ad-valorem vergileme esası uygulanmaktadır. Böylelikle hem bireylerin sigara tüketimlerinin önüne geçilmesi amaçlanmış hem de sigara kaynaklı sağlık harcamalarının düşürülmesine çalışılmıştır. Diğer taraftan sigara üzerine konulan vergiler devlet hazinesi için önemli bir gelir kaynağı niteliği taşımaktadır (The Tobacco Taxation in Turkey, 2010:2). Türkiye’de 2002 yılı itibariyle

sigara fiyatlarına uygulanan en önemli vergi kalemi Özel Tüketim Vergisi'dir. Bu verginin yasal altyapısı 12.06.2002 tarih ve 24783 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ile kurulmuş, kanunun 12'nci maddesinin 3.'üncü bendinde;

“Özel tüketim vergisi, bu Kanuna ekli listelerde yazılı malların karşılarında gösterilen tutar ve/veya oranlarda alınır.

b) Cumhurbaşkanı, topluca veya ayrı ayrı olmak üzere; (B) cetvelindeki mallar için listede yer alan asgari maktu vergi tutarlarının, perakende satışa sunulan ürünlerin birim ambalajı içinde yer alan her bir sigara veya makaron adedi, diğer tütün mamullerinin birim ambalajı içindeki mamulün her bir gramı ile çarpımı sonucu bulunacak tutarın %20'sine tekabül eden tutarı aşmamak üzere; birim ambalaj itibarıyla maktu vergi tutarı belirlemeye, bu tutarı malların cinsleri, özellikleri, ambalajları (paketleri) ve bunların fiyatları ve fiyat grupları itibarıyla farklılaştırmaya yetkilidir.

(III) sayılı listedeki mallar için belirtilen asgari maktu vergi tutarları Cumhurbaşkanınca bunlara ilişkin belirlenen en son asgari maktu vergi ve maktu vergi tutarları, ocak ve temmuz aylarında, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilan edilen üretici fiyat endeksinde son altı ayda meydana gelen değişim oranında, bu değişimin ilanı gününden geçerli olmak üzere yeniden belirlenmiş sayılır. Cumhurbaşkanı, uygulama dönemlerini gün veya ay olarak belirlemeye veya belirleyeceği mallar ve aylar itibarıyla yeniden belirlenmiş sayılan tutarların uygulanmamasına karar vermeye yetkilidir.” hükümleri yer almaktadır (ÖTV Kanunu, 2002: m.12/2-3).

İlgili maddenin işaret ettiği III Sayılı Liste'nin B Cetvelindeki sigaraya ilişkin vergi oranları ile tutarlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 4. Sigaradaki özel tüketim vergisi hadleri

G.T.İ.P. Numarası	Ürün İsmi	Vergi Oranı	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Maktu Vergi Tutarı (TL)
2402.20	Tütün içeren sigaralar	% 63	0,7197	0,7150

Kaynak: GİB, 2022

Sigara üzerindeki vergi oranları ile maktu vergi tutarları Cumhurbaşkanı kararlarıyla genellikle yıl başlarında ve gerekli görülmesi halinde yıl içerisinde de değiştirilebilmektedir. Tablo-6'dan görüleceği üzere 3328 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile 25 Aralık 2020 tarihi itibarıyla tütün içeren sigaralardaki vergi oranı %63, asgari maktu vergi tutarı 0,7197 TL. ve maktu vergi tutarı ise 0,7150 TL. olarak belirlenmiştir (R.G., 2020:31345).

Genel bütçe vergi gelirleri içerisinde sigaraya yönelik Özel Tüketim vergisi yaklaşık %24, Katma Değer Vergisi ise yaklaşık yüzde 29 paya sahiptir. Böylece, Özel Tüketim vergilerinden elde edilen gelirler içinde yaklaşık yüzde 25-30 oranındaki vergi geliri, tütün ve tütün mamullerinin satışından elde edilmektedir.

Tablo 5. Yıllar itibarıyla tütün mamullerinin merkezi bütçeye getirisi

Dönem	2010	2012	2014	2016	2018	2019
ÖTV	58.038.327	71.793.179	91.657.358	121.221.133	135.133.359	148.196.355
Tütün ÖTV	14.975.856	19.976.172	23.024.356	32.235.232	42.924.230	50.360.554
Tütün ÖTV Payı (%)	25,80	27,82	25,12	26,59	31,76	33,98

Kaynak: GİB, 2019

Sigara bayilerince nihai tüketicilere satışı yapılan sigara fiyatları üzerindeki KDV ile ÖTV'nin hesaplanma biçimi aşağıdaki şekildedir. Sigara toptancıları tarafından bayi kârları ve Katma Değer Vergisi tutarı fiyat üzerine eklenir ve bu şekilde perakendecilere satış yapılır. Toptancılar eklemiş ve tahsil etmiş oldukları KDV'yi beyan ederler ve öderler. Dolayısıyla perakende sigara satışı yapan işletmeler, firmalardan aldıkları sigaralar için hem paket fiyatını

hem de ÖTV ve KDV’yi peşin olarak öderler. Pazarlamacı firmalar ise tahsil ettikleri ÖTV ve KDV’leri beyan eder ve öderler.

Öte yandan sigaradaki Katma Değer Vergisi oranı %18 olup bu oran sigara satış fiyatlarının tespiti amaçlı hesaplamalarda %15,25 oranına tekabül etmektedir. Ayrıca sigara fiyatındaki KDV, özel tüketim vergisi dâhil olarak hesaplandığı için ÖTV oran ve tutarlarında gerçekleştirilen herhangi bir artış sigara fiyatlarında da ÖTV tutarının KDV’si kadar artmasını sağlamaktadır (Şener, 2018:1) Sigaralar üzerindeki Özel Tüketim Vergileri iki kısma ayrılmaktadır. Bunlar asgari maktu ile maktu vergi tutarlarıdır. Asgari maktu vergi tutarı, sigara satış fiyatlarının belli bir tutarın altına düşmesini engellemektedir. Sigaranın birim satış fiyatı ile asgari maktu vergi oranı çarpılarak ulaşılan tutar, asgari maktu vergi tutarının üstünde ise nispi vergi; altındaysa asgari maktu vergi tutarı baz alınmaktadır.

Örnek olarak piyasada bir paket sigaranın satış fiyatı 20,00 TL. ise Katma Değer Vergisi hariç ancak Özel Tüketim Vergili tutar (20/1.18) 16.95 TL.’dir. 1,52 TL. tutarındaki Katma Değer Vergisi, sigara satış fiyatının %15,25’i olarak hesaplanacaktır. 20,00 TL. tutarlı paket sigarada (20 Adet) 12,60 TL tutarında (20,00 TL. x %63) nispi vergi bulunmaktadır. Bu tutar 14,39 TL. tutarındaki (20 x 0,7197 TL) asgari maktu vergi tutarından düşük olduğu için, 14,39 TL. tutarlı asgari maktu vergi uygulanır. Bu tutara ilave olarak ayrıca 0,7150 TL tutarında maktu vergi ve 1,52 TL’lik KDV’de yer almaktadır. Çeşitli sigara fiyatları üzerinden hesaplanan vergi oran ve tutarları Tablo-5’te yer almaktadır.

Tablo 6. Bir paket (20 adet) sigarada üzerindeki vergi tutar ve oranları

	20,00 TL.	25,00 TL.	30,00 TL.	35,00 TL.
Perakende satış fiyatı	20,00 TL.	25,00 TL.	30,00 TL.	35,00 TL.
Oransal ÖTV (%63)	12,6	15,75	18,9	22,05
Asgari maktu ÖTV	14,39	14,39	14,39	14,39
Paket başına maktu ÖTV	0,7150	0,7150	0,7150	0,7150
Toplam ÖTV	15,11	16,47	19,62	22,77
KDV	3,0500	3,8125	4,5750	5,3375
Vergiler Toplamı	18,1590	20,2775	24,1900	28,1025
Toplam Vergi Yüğü (%)	90,8%	81,1%	80,6%	80,3%
Vergiler hariç satış fiyatı	1,8410	4,7225	5,8100	6,8975

Kaynak: Bingöl, 2022

Türkiye’de 2002 yılı itibariyle yürürlüğe giren 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi kanununda yer alan nispi ve maktu vergi hadlerinde görülen herhangi bir artış, *-bu vergi hadlerinin belirlenmesinde Cumhurbaşkanı yetkilidir-* sigara fiyatlarını, belirlenen oran ile asgari ve maktu vergi tutarlarındaki değişikliklere bağlı olarak hesaplanacak Özel Tüketim ve Katma Değer Vergisi tutarı kadar artıracaktır. Bu mahiyetteki vergi oran ve tutar değişimleri yılbaşlarında ve yıl içinde muhtelif zamanlarda yeniden düzenlenebilmektedir. Sigara fiyatlarının değişiminde devresel gelişmeler ile enflasyon oranlarındaki değişimler etkili olabilmektedir (Oğuztürk ve Gülcü, 2012:102).

Bu bağlamda Çakmaklı vd. (2018) çalışmalarında Türkiye’de sigara fiyatları üzerine konulan vergilerin sigara üretim maliyetlerini etkilediğini ancak sigara ve tütünün enflasyon sepetindeki ağırlığının düşük olduğundan enflasyon üzerindeki etkisinin de kısıtlı olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca tütün ve türevlerinin vergilendirilmesindeki çarpanın yapısı, sigara fiyatlarını artırmakta ve enflasyonist beklentilerin bozulmasına ve enflasyonun artmasına zemin hazırlamaktadır (Çakmaklı vd., 2018:17).

Sandalcı ve Sandalcı (2018) tarafından yapılan çalışmada ise Türkiye’de sadece sigara ve alkol fiyatları üzerinden tahsil edilen vergilerin, söz konusu ürünlerin tüketim düzeylerini sınırlı bir biçimde etkilediği belirtilmiştir. Özel Tüketim ve KDV gibi vergiler ile kamusal mücadele politikalarının birlikte uygulanmasının erdemsiz mallar olarak nitelenen sigara ve alkol tüketimi üzerinde daha etkili sonuçlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır (Sandalcı ve Sandalcı, 2018:12).

Zararlı alışkanlıklar arasında yer alan ve sigara gibi vergilendirmeye tabi tutulan alkolün tüketimi ile alkol üzerinden alınan Özel Tüketim Vergisi arasındaki ilişkiyi araştıran Koç ve Koç (2020)'un araştırmasında ÖTV ile alkollü içecekler arasında kısa ve uzun dönemde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Aynı çalışmada regresyon analizi yapılarak mevcut literatürü destekler nitelikte alkollü ürünlerin tüketimi ile alınan vergiler arasında ters yönlü ilişkinin varlığını tespit eden sonuçlar elde edilmiştir. Ayrıca alkol üzerinden alınan ÖTV artışının alkol tüketimini azalttığı da tespit edilmiştir (Koç ve Koç, 2020:225).

Taghiyev (2020)'nin araştırmasında, alkol ve sigara fiyatlarındaki vergi kaynaklı yükselmenin bu ürünlerin tüketimlerini azaltmadığını tespit etmiştir. Yapılan anket çalışması neticesinde yüksek vergi oranlarına tabi sigara ve alkolün bireyleri kaçak sigara ve alkole yönlendirdiği sonuçta bu ürün ve türevlerinin kullanımını azaltmadığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada, özel tüketim vergi uygulamalarının Azerbaycan ve Türkiye karşılaştırılması yapılmış ve Azerbaycan'da özel tüketim vergisinin Türkiye'den daha başarılı olarak uygulandığı belirtilmiştir (Taghiyev, 2020: 58-68).

Çetin ve Özkan (2018)'in çalışmasında, saha araştırmaları yapılmış, Türkiye'de sigara ve tütün fiyatlarındaki artışın kayıt dışılığı artıracığı buna karşın ilköğretimden başlamak suretiyle tüm eğitim-öğretim hayatı boyunca öğrencilere kapsamlı bir bilinçlendirme programının tüketim miktarlarının azaltılmasında etkili olabileceğinin düşünüldüğüne yer verilmiştir (Çetin ve Özkan, 2018:285).

Gülây ve Özen (2016) tarafından yapılan çalışmada işsizlik oranları ile sigara tüketimi arasında ilişki bulunduğu, tiryakilik derecesinde sigara tüketen bireylerin işsiz kaldıklarında sigara tüketimini sürdürdükleri ve daha düşük fiyatlı ya da kaçak sigaraya yöneldikleri; buna karşın daha az sigara tüketen bireylerin ise işsiz kaldıklarında sigara tüketimini azalttıkları veya bırakma yoluna gittikleri, kaynaklarını farklı önceliklere yönelttikleri, işsizlik ile sigara fiyatları arasında ters yönlü bir korelasyonun bulunduğu tespit edilmiştir (Gülây ve Özen, 2016:383).

Devletler sigara ve alkol gibi erdemsiz mallar olarak nitelenen zararlı ürünlerin tüketimlerini ya da talebini kısıtlamaya yönelik birtakım tedbirler almaktadır. Bu tedbirler arasında bireylerin kullanımını azaltabilecek vergiler öne çıkmakta, sosyo-ekonomik gelişmeler ve nüfus artış oranlarının etkisiyle artan talep ve tüketimin azaltılabilmesi için, kapsamlı mali politikaların devreye alınması gerekmektedir. Nitekim Dünya Sağlık Örgütü'nün ülkelere yönelik önerileri de bu doğrultudadır (WHO, 2021:19-20).

3. Ampirik Analiz

3.1. Veri Seti

Çalışmanın veri seti Türkiye'deki sigara tüketimi (STUK); işsiz sayısı (ISZ); 15 yaş üstü nüfus (NFS) ve ortalama sigara fiyatlarından (SPR) oluşmakta olup, çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiki olarak incelenmiştir. Sigara fiyat verileri Türk lirası cinsinden ele alınmıştır. Söz konusu veriler yıllık bazlı olup 1990-2019 arası dönemi kapsamaktadır. Sigara Tüketimine ait veriler Tarım ve Orman Bakanlığı Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı (TADB) veri tabanından, işsiz ve 15 yaş üstü nüfus verileri Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) ve sigara fiyatları ise Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (SBB) istatistiklerinden derlenmiştir.

3.2. Yöntem

Bu çalışmada ilk önce serilerin durağanlığı; Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleriyle incelenmiştir. Bu yöntemlerden ADF; genel kullanıma sahip olduğu için, PP ise; trend içeren serilerin durağanlığını test etmede daha güçlü olduğu için tercih edilmiştir. Seriler arasında nedensellik ilişkisinin varlığı, Granger nedensellik testiyle incelenmiştir. Seriler arasında eş bütünleşme ilişkisinin varlığı ise, Johansen eş bütünleşme testi ile analiz edilmiştir.

3.3. Ampirik Bulgular

Belirli bir süre zarfında serilerin belli bir değere yakınsaması olarak ifade edilen durağanlık; sabit bir varyans, ortalama ve gecikme seviyesine bağlı bir kovaryansa sahip olmasını belirtir. Birim köke sahip olmayan ve analizler neticesinde durağan bir yapıda bulunan zaman serileri tüm gecikme dönemleri için yine sabit varyans, kovaryans ve ortalamaya sahiptirler. Birim köklerin (durağanlık) tespiti için birçok yöntem geliştirilmiştir. Ekonometrik analizlerde en çok kullanılan test yöntemi Augmented Dickey Fuller (ADF) olmakla birlikte Perron (1989) tarafından veri setinde yapısal kırılma olması durumunda ADF analizlerinin başarılı sonuçlar vermeyeceğinin tespit edilmesi ile geliştirilen Philip-Perron (PP) analiz yöntemi de kullanılmaktadır.

Tablo 7. Birim kök testi analiz sonuçları

		Değişkenler	Sabit	Prob.	Trend+Constant	Prob.
ADF test statistic	DÜZEY	LTUK	-1.924863	0.3164	-2.082166	0.5312
		LISZ	-0.104612	0.9399	-2.822905	0.2013
		LNUF	-2.485509	0.1292	-2.898698	0.1774
		LFIY	-1.569801	0.4843	-1.461456	0.8188
	1. FARK	LTUK	-4.670767	0.0009	-4.415081	0.0001
		LISZ	-4.282007	0.0024	-4.380064	0.0088
		LNUF	-4.268116	0.0024	-4.447622	0.0075
		LFIY	-10.85478	0.0000	-11.07972	0.0000
		Değişkenler	Sabit	Prob.	Trend+Constant	Prob.
PP test statistic	DÜZEY	LTUK	-2.365278	0.1599	-2.190290	0.4770
		LISZ	1.082532	0.9964	-1.236776	0.8834
		LNUF	-2.315360	0.1741	-2.898698	0.1774
		LFIY	-1.578943	0.4802	-3.691168	0.0392
	1. FARK	LTUK	-4.704173	0.0008	-4.699702	0.0042
		LISZ	-4.181540	0.0030	-6.423607	0.0001
		LNUF	-4.245680	0.0026	-4.436308	0.0077
		LFIY	-12.43751	0.0000	-26.54188	0.0000

Tablo-7’de görülebileceği üzere modeldeki değişkenlerin test edilmesi için ADF (Augmented Dickey Fuller) ve PP (Philips-Perron) birim kök testleri yapılmıştır. Birim kök testlerinde yer alan düzey değerleri durağan olmadığından verilerin birinci farkları alındığında serilerin durağan hale geldikleri saptanmıştır.

3.4. Eş Bütünleşme Testi

Modele dahil edilen serilerin 1.’nci farkları alındığında durağan hale geldikleri tespit edildiğinden, bu aşamada VAR modeli kurularak, modeldeki en uygun gecikme sayısı analize tabi tutularak belirlenecektir. Sims (1980) tarafından literatüre kazandırılan VAR modeli, içsel ve dışsal değişken ayırımını ortadan kaldırmış, bağımlı değişkenlerin gecikmeli değerlerinin açıklayıcı değişken olarak kullanılması tahminlerin güçlü olarak yapılabilmesine olanak sağlamaktadır (Kumar, Leone ve Gaskins 1995:365; İnal vd., 2016:43). En uygun gecikme uzunluğunun saptanması amacıyla Ltuk, Lisz, Lnuf ve Lfiy değişkenlerinden oluşan VAR modeli kurulmuştur. LR, FBE, AIC, SC ve HQ bilgi kriterleri yardımıyla gecikme uzunluğu 1 (bir) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 8. Gecikme uzunluğunun belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	173.5541	NA	2.55e-11	-13.04263	-12.84907	-12.98689
1	271.5914	158.3680*	4.72e-14*	-19.35319*	-18.38542*	-19.07451*
2	283.3439	15.36865	7.22e-14	-19.02646	-17.28448	-18.52483
3	299.4149	16.07099	9.46e-14	-19.03192	-16.51572	-18.30735

Uygun gecikme uzunluğunun saptanmasının ardından, eş bütünleşme bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla Johansen-Juselius eş bütünleşme testi uygulanır. Johansen (1995) yönteminde önerilen 5 farklı model arasından hangisinin seçileceği konusunda “1” gecikme uzunluğu ile hesaplanan model seçilir. Akaike Information Criteria (AIC) ile Schwarz Criteria (SC) bilgi kriterlerine göre hesaplanan sonuçlar Tablo-8’de yer almaktadır. Sonuçlara göre Sabitsiz, Trendsiz Model (None No Intercept and No Trend)’in kullanılması gerektiğini göstermektedir.

Tablo 9. Johansen model tespiti analizi sonuçları

Data Trend: Test Type	None No Intercept No Trend	None Intercept No Trend	Linear Intercept No Trend	Linear Intercept Trend	Quadratic Intercept Trend
Trace	3	2	4	2	4
Max Eig	3	1	4	1	2
Akaike Information Criteria By Rank (Rows) And Model (Columns)					
0	-17.26696	-1.726.696	-1.697.844	-1.697.844	-1.671.434
1	-17.98575	-1.792.896	-1.771.013	-1.785.694	-1.766.683
2	-18.12554*	-1.808.543	-1.794.066	-1.811.384	-1.798.401
3	-17.96161	-1.799.595	-1.792.453	-1.803.914	-1.798.284
4	-17.40899	-1.747.746	-1.747.746	-1.754.040	-1.754.040
Schwarz Criteria By Rank (Rows) And Model (Columns)					
0	-1.649.905	-1.649.905	-1.601.856	-1.601.856	-1.556.248
1	-16.83390*	-1.672.911	-1.636.630	-1.646.512	-1.613.103
2	-1.658.973	-1.645.364	-1.621.288	-1.629.007	-1.606.425
3	-1.604.185	-1.593.221	-1.581.279	-1.578.342	-1.567.913
4	-1.510.528	-1.498.177	-1.498.177	-1.485.274	-1.485.274

Tablo-8’de belirlenen AIC ve SC kriterlerine göre saptanan “None No Intercept No Trend” modeli kullanılarak analiz edilen Trace ve Max-Eigen istatistiklerine ilişkin bilgiler Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 10. Johansen model tespiti analiz sonuçları

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.730554	67.83487	40.17493	0.0000
At most 1 *	0.519235	32.42743	24.27596	0.0038
At most 2 *	0.348620	12.65323	12.32090	0.0440
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.730554	35.40744	24.15921	0.0010
At most 1 *	0.519235	19.77419	17.79730	0.0249
At most 2 *	0.348620	11.57389	11.22480	0.0434

Tablo 10’da yer alan Johansen analizinde, eş bütünleşmelerin bulunduğu ve anlamlı olduğundan “H₀: Eş bütünleşme yoktur” hipotezi reddedilmekte ve “H₁: Eş bütünleşme vardır” hipotezi kabul edilmektedir. Bu sonuçlara göre değişkenlere ilişkin seriler uzun dönemde birbirleriyle ilişkilidir. Bu ilişkinin yani eş bütünleşmenin var olduğunun saptanmasından sonra 1. Farkları alınan serilerdeki değer kayıplarının giderilmesi amacıyla vektör hata düzeltme modeli (VECM) kurulacaktır.

3.5. Vektör Hata Düzeltme Modeli

Değişkenler arasında uzun dönemli bir koentegrasyon bulunması durumunda hata düzeltme modelleri kullanılmaktadır. Hata düzeltme modelleri uzun dönemli ilişkiden sapmayı

tespit eden modellerdir. Durağanlığın sağlanması için serilere fark işlemi uygulanmış, bu süreçte uzun dönem bilgilerinde birtakım kayıplara neden olmaktadır. (VECM) Hata düzeltme modelleri ile bu dengesizliklerin giderilmesi amaçlanmaktadır.

Tablo 11. VECM hata düzeltme modeli sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hatalar	t-İstatistiği	Olasılık Değeri
LISZ	0.059897	2.09E-17	-2.46E+15	0.0000
LNUF	0.383180	2.10E-16	1.83E+15	0.0000
LFİY	-0.051393	2.09E-17	-2.46E+15	0.0000
ECT	1.000.000	4.12E-17	2.43E+16	0.0000
C	0.004241	2.05E-18	2.07E+15	0.0000

Modelde, hata düzeltme modeli anlamlıdır ve t-istatistiği pozitifdir. ECT parametresinin pozitif ve anlamlı olması uzun dönemde dengelenme durumunun bulunmadığını işaret etmektedir. Oluşabilecek herhangi bir şok, kriz vb. dengesizlik veya denge durumundaki sapmalar uzun dönemdeki dengelenmeleri bozucu etki gösterecektir. Esas itibariyle işsizlikte meydana gelen yükselişlerin sigara tüketimini %5; 15 yaş ve üstü nüfustaki artışın ise sigara tüketimini %38 oranında artırdığı analiz edilmiştir. Sigara fiyatlarında yasal düzenlemeler ile getirilen ÖTV, KDV gibi vergiler kaynaklı artışların sigara tüketimi üzerindeki etkisi ise yaklaşık %5 civarında azaltıcı yönde olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Sigara kullanımının artışı özellikle gelişmekte olan ekonomiler başta olmak üzere gelişmiş ekonomiler için de önemli sonuçlar doğuran toplumsal sorunların başında gelmektedir. Ülkelerde sigaranın olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla sık sık başvurulan mekanizma, sigara fiyatlarını doğrudan etkileyen vergi oranlarının artırılmasıdır. Bu sayede, bir taraftan sigara kullanımı diğer taraftan da toplum sağlığına etkileri azaltılmaya çalışılmaktadır. Sigara üzerindeki vergi oranlarının yüksek düzeyde belirlenmesi vergi gelirlerinin artışına yol açarken, sigara kullanımı nedeniyle artan sağlık harcamaları ve çevre üzerindeki etkileri ülkelerin gelişmişlik seviyelerini negatif etkilemektedir.

Toplum sağlığının ne denli önemli olduğunun farkına varılmasıyla alkol ve sigara gibi zararlı maddelere karşı ulusal ve uluslararası kuruluşlarca toplumsal bilincin oluşturulma çabalarına hükümetlerce destek verilmesi gerekmektedir. Konu makroekonomik bağlamda ele alındığında toplum sağlığının korunması böylece ülke refahının artırılması için elzemdir. Sigarasız bir toplum oluşturmak için Dünya Sağlık Örgütü ve ülkelerde yer alan kurum ve kuruluşların önerdiği tedbirleri birçok ülke yasal düzenlemeler yaparak hayata geçirmektedir. Türkiye’de ise 4207 Sayılı “Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanunun” bazı maddelerinde muhtelif yıllarda yapılan değişikliklerle sigara tüketiminin azaltılmasının sağlanması hedeflenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de bireylerin sigara tüketimini etkilemesi bakımından sigara fiyatlarının artırılmasının sigara tüketimini sınırlı bir biçimde düşürdüğü tespit edilmiştir.

Ülkelerin toplumsal yapısının, mevcut ekonomik koşulların, nüfus ve eğitim düzeyinin sigara tüketimini etkilediği kabul edilmektedir. Oğuztürk ve Gülcü (2012)’ye göre nüfusun demografik ve yaş yapısının sigara tüketimi üzerinde etkili olduğu, Türkiye’de 15 yaş üstü nüfusun sigara kullanma gerekçeleri arasında arkadaş çevresinin etkisi, özentisi, işsiz kalma, sıkıntı-stres ile maddi ve manevi problemlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de, 15 yaş üstü nüfusun sigara kullanma gerekçeleri arasında arkadaş çevresinin etkisi, özentisi, başkaları tarafından kabul edilmeme endişesi, kendini kanıtlama, ebeveyn davranışlarını benimseme, sıkıntılı süreçler ile maddi ve manevi problemler sayılabilir (Simsek vd., 2014:21). 18 yaş altına sigara satışının yasaklanması, kapalı alanlarda sigara içilmemesi gibi yasaklama ve tedbirler toplum sağlığını korumaya dönük atılmış önemli

adımlardır. Tüm bu önlemlere rağmen, sigaraya başlama yaşının ilkokul çağlarına kadar düştüğü gözlemlenmektedir.

Bütün bunlar göz önüne alındığında, Türkiye'de işsizliğin ve 15 yaş üstü nüfus artışının sigara tüketimini artırdığı, sigara fiyatlarındaki (vergilerdeki) artışın ise sigara tüketimi uzun dönemde azalttığı sonucuna varılmıştır. Bu etkileri itibariyle sigara tüketimini dolaylı etkileyebilecek biçimde Türkiye'de bireylerin sosyo-ekonomik gelişimlerini destekler nitelikte politika adımları atılmalı, kalkınma yatırımlarına ağırlık verilmeli, aile bireylerini eğitici-bilinçlendirici seminerler, konferanslar ile iletişim araçlarında yayınlar ve daha etkili kamu spotları hazırlanmalı, işyerlerinde sigarayı bırakma mücadelesi verenlere izin, prim ikramiye gibi teşvikler verilmeli, sigara firmalarının karlarından hazine payı şeklinde ayrılacak belli bir orandaki tutarın, devletin üstlendiği sağlık harcamalarına ve yatırımlarına aktarılması konusunda yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

Kaynakça

- 4207 Sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi Ve Kontrolü Hakkında Kanun. Cilt 36, böl. 5. Ankara: T.C. Resmi Gazete, 1996.
- 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu. Cilt 7. Ankara: T.C. Resmi Gazete, 2002.
- Atak, H. (2011). Yetişkinliğe Geçiş Yıllarında Sigara İçme Davranışının Psikososyal Belirleyicileri ve Sigara İçmenin Yaşam Doyumu ve Öznel İyi Oluşla İlişkisi. Klinik Psikiyatri Dergisi 14(1):29-43.
- Bingöl, O. (2022). *Bir Paket Sigarada Vergi Yükü Ne Oldu?* www.vergiyedair.com. <https://vergiyedair.com/2022/01/03/03-ocak-2022-otv-zammi-sonrasi-bir-paket-sigarada-vergi-yuku-ne-oldu/>
- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) (2018). Human Development Indices and Indicators; Statistical Update. New York - USA.
- Center For Disease Control and Prevention. (2022). Global Tobacco Control. Center For Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/tobacco/global/index.htm>.
- Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (TCSBB). (2020). Özel İhtisas Komisyonu Raporları. <http://www.sbb.gov.tr/ozel-ih-tisas-komisyonu-raporlari/> (E.T.: 04.02.2020).
- Çakmaklı, C., Demiralp, S., Ye, S., & Yıldırım, M. A. (2018). Tütün Ürünlerine Uygulanan Dolaylı Vergilerin Enflasyona Etkileri. Koç University-Tüsiad Economic Research Forum Working Paper Series, 1811, 27
- Çetin, M., & Özkan, E. (2018). Türkiye'de Vergi-Tüketim İlişkisi: Alkol Ve Tütün Ürünlerine Yönelik Bir Saha Araştırması. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1-1. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.492515>
- Daniel, J. M., & Johnny, J. H. (Ed.). (2018). Tobacco Atlas: C. Sixth Edition. McGraw-Hill Education. <https://tobaccoatlas.org/topic/consumption/>
- Dikmen, N. (2005). Türkiye'de Sigara Tüketim ve Tüketimi Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir Model Çalışması. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi:1-19.
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ).(2017). Tütün Vergileri ve Fiyatları. https://www.who.int/tobacco/global_report/2017/appendix-ix/en/ (E.T.: 26.11.2018).
- Gelir İdaresi Başkanlığı(GİB) (2018). Vergi İstatistikleri. <http://www.gib.gov.tr/node/130429/> E.T.: 31.02.2022).

- Gülay, E., & Özen, A. (2016). İşsizlik ile Sigara Üzerinden Alınan Vergiler Arasındaki İlişki: Türkiye Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 373. <https://doi.org/10.18657/yecbu.14841>
- İkinci, S., & Akdur, R. (2014). Sosyokültürel Faktörler ve Sigara. İçinde H. V. Mercimek & E. Akçiçek (Ed.), *Mucizeden Belaya Yolculuk Tütün* (Birinci baskı, ss. 437-468). Tarihçi Kitabevi.
- Koç, Ö. E., & Koç, N. (2020). Alkol Tüketimi İle Alkol Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisi İlişkisinin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.11611/yead.676661>
- Kumar, V., Robert L. ve John N.G. (1995). Aggregate And Disaggregate Sector Forecasting Using Consumer Confidence Measures. *International Journal Of Forecasting*:361-377.
- OECD Sağlık İstatistikleri(2016).<https://data.oecd.org/healthrisk/daily-smokers.htm>. (E.T.: 30.11.2018).
- Oğuztürk, B. S., & Gülcü, Y. (2012). Türkiye’de Sigara Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi.
- Sağlam G, Seymen D.(2016). Türkiye'nin dış ticaretinin talep yönlü analizi: Linder hipotezi'nin testi (1996-2014), Türkiye Ekonomi Kurumu Uluslararası Ekonomi Konferansı UEK-TEK, Bodrum 2016:1-1976.
- Sandalcı, U., & Sandalcı, İ. (2018). Türkiye’de Günah Vergileri Kapsamında Özel Tüketim Vergisi Uygulaması Ve Etkinliği. 4(4), 14.
- Simsek, H., Akvardar, Y., Doganay, S., Pekel, O., & Günay, T. (2014). Opinions on Smoking and Smoking Cessation: A Qualitative Research. *Turkish Thoracic Journal/Türk Toraks Dergisi*, 15(1), 18-22. <https://doi.org/10.5152/ttd.2013.30>
- Şener, Ö. (2018). 1 paket sigaranın ne kadarı vergi dumanı? *Dünya Gazetesi*: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/1-paket-sigaranin-ne-kadari-vergi-dumani/427654> (E.T.: 20.11.2019).
- Taghiyev, R. (2020). Alkol Ve Tütün Ürünleri Üzerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergisinin Etkinliği: Türkiye Ve Azerbaycan Örneği. 24.
- Temiz, D. (2010). Sigara Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Uygulama: Türkiye Örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*:45-53.
- The Tobacco Atlas Sixth Edition (2018). American Cancer Society, Inc., Georgia-USA.:s. 20-22.
- The Tobacco Atlas: Consumption.(2016). <https://tobaccoatlas.org/topic/consumption/> (E.T.: 18.12. 2019).
- Türk Toraks Derneği (TTD). (2018). Sigara ve Akciğer Kanseri İlişkisi. <https://www.toraks.org.tr/halk/news.aspx?detail=4768>, (E.T.: 09.05.2019).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2019). İşgücü İstatistikleri. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (E.T.:12.07.2020).
- Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı.(2020). “İstatistiki Veriler <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi> (E.T.:12.07.2020).
- Yürekli, A. (2010). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ). Ankara, 1-28.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı: %50
2. yazar katkı oranı: %50